

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MENJADI NASABAH
DI BAITUL MAAL WAT TAMWIL (BMT)
(Studi Kasus Pada Bmt Dana Insani Bantul Yogyakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ilmu Agama
Universitas Alma Ata Yogyakarta Untuk memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh:
Yenny Hardiyani
NIM 122200033

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI ILMU AGAMA (STIA)
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA**

2016

ABSTRAK

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan menjadi nasabah di BMT Dana Insani (Studi Kasus Pada BMT Dana Insani Bantul Yogyakarta). Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ilmu Agama Universitas Alma Ata Yogyakarta, 2016.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah positif dan signifikan pengetahuan, sikap, perilaku dan kepuasan nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Dana Insani. Penelitian ini dilakukan pada nasabah BMT Dana Insani Yogyakarta dengan jumlah sampel 80 responden dengan menggunakan *simple random sampling*.

Hasil uji T hitung diperoleh pada X1 (pengetahuan nasabah) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Dana Insani, sedangkan X2, X3 dan X4 (sikap, perilaku dan kepuasan) terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Dana Insani.

Hasil uji F hitung sebesar $1,457 > F$ tabel 2,49, tingkat signifikan $0,224 > 0,05$. Dengan demikian pengetahuan (X1), sikap (X2), Perilaku (X3) dan Kepuasan (X4) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan secara simultan antara variabel independen (sikap, perilaku dan kepuasan) terhadap keputusan menjadi nasabah. Dilihat dari sisi teori sikap, perilaku, dan kepuasan secara keseluruhan belum puas dengan produk yang ditawarkan BMT sehingga mereka belum mengambil tindakan untuk menggunakan produk lain selain produk yang mereka gunakan saat ini.

Uji R sebesar 0,072 berarti 07,2 % dari variasi variabel terikat (dependen), sedangkan sisanya 99,28% dijelaskan oleh variasi variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci : Pengetahuan, Sikap, Perilaku, Kepuasan nasabah, Keputusan Nasabah

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan data statistik dunia seperti ditulis oleh Krisnamurthi, Indonesia dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia adalah penghasil pertanian terbesar keenam dunia dengan nilai keluaran sekitar 60 miliar dollar Amerika Serikat (2007).¹Namun, ditengah kebesaran dalam jumlah angka-angka Indonesia tersebut, kiranya sungguh prihatin mencermati situasi perekonomian bangsa kita saat ini, khususnya keadaan masyarakat desa 67 tahun setelah merdeka.

Pertama, ekonomi Indonesia masih menjadi pemasok bahan mentah seperti halnya migas, batubara, emas, CPO, kakao, susu, dan berbagai produk mentah lainnya bagi pihak luar negeri. Semua kekayaan tersebut berada di desa, tetapi dari total 31 juta penduduk miskin kita saat ini sebagian besarnya berada di desa.

Kedua,ekonomi Indonesia masih menjadi pasaran bagi pabrik atau perusahaan pertanian, susu, air minum, dan otomotif dari luar negeri. Hampir semua sumber daya (bahan baku) produk tersebut ada di desa, tetapi desa pun masih menjadi pasaran produksi perusahaan luar desa (luar negeri). Bangsa kita makin hanya menjadi bangsa pasar, sungguh pun kita masih memiliki banyak pasar (tradisional).Bangsa kita lebih banyak membeli, ketimbang membuat dan mengkreasi.

¹Awan Sentosa, *Perekonomian Indonesia (Masalah, Potensi Dan Alternatif Solusi)*. (Yogyakarta,Graha Ilmu,2013).

Ironis ketika saat ini urusan di kamar mandi dan dapur pun kita pasrahkan pada pemodal yang berada nun jauh di Den Hag, New York, atau Paris. Padahal kita tahu bahwa sebuah bangsa tanpa kecukupan industrial dan wirausahawan, maka kegiatan ekonominya justru lebih memperbesar usaha dan memperbanyak pekerjaan bagi bangsa luar. Dan akhirnya pun nasib terus saja memaksa saudara kita di sumenep, Makassar, Tegal, Pasuruan, dan kota-kota lainnya berebut zakat di antrian, terpuruk di jalan tol, jembatan layang, bantaran sungai, dan berbagai area kumuh kota-kota besar.

Situasi ini kiranya menunjukkan betapa kita masih mengingkari atau bahkan mengkhianati cita-cita kemerdekaan konstitusi, yang tentu saja adalah pertanda bahwa kita belum menjadi bangsa yang pandai bersyukur. Belumnya kita menjadi tuan di negeri sendiri, belumnya kita siap sanggup berdiri di atas kaki sendiri, dan belum lebih bermartabat serta penuh percaya dirinya kita sebagai sebuah bangsa adalah pertanda jelas itu. Antara cita-cita dan realita, antara konstitusi dan yang terjadi, hari ini sungguh masih jauh panggang dari pada api.²

Setelah kita membahas tentang perekonomian Indonesia dari dulu hingga sekarang, selanjutnya kita akan membahas tentang kondisi dunia perbankan dan lembaga keuangan. Yang akan dibahas berikut ini.

Pasca krisis moneter tahun 1998, hingga kini Indonesia dihadapkan pada kondisi ekonomi yang susah stabil. Bencana alam diberbagai provinsi semakin menambah beban berat pemerintah dalam pembangunan.³ Sedangkan

² Ibid Hlm. 12-13

³ Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern* (Yogyakarta:2008)
.....Hlm xv Ibid

dipihak masyarakat kecil, keterpurukan juga makin terus mengancam. Akhir-akhir ini, naiknya minyak mentah dunia telah menjadikan kondisi perekonomian Indonesia semakin hari semakin kurang jelas. Indeks kurs rupiah terhadap dollar Amerika senantiasa naik turun, ditambah naiknya beberapa komponen harga yang menjadi kebutuhan masyarakat seperti naiknya harga BBM, listrik, telepon serta naiknya harga-harga sembako yang kesemuanya mengakibatkan makin terpuruknya kondisi ekonomi nasional.⁴

Dengan keluarnya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1997 tentang perbankan dan diikuti dengan keluarnya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 1999 tanggal 17 Mei 1999 tentang Bank Indonesia mengakibatkan dunia perbankan di Indonesia mengalami banyak perubahan, baik tugas, wewenang maupun tanggung jawabnya. Sebenarnya keluarnya undang-undang ini memang sudah lama ditunggu-tunggu oleh masyarakat terutama Undang-Undang No 13 Tahun 1968 tentang Bank Sentral yang sudah tidak sesuai lagi dengan saat ini.⁵

Perkembangan ekonomi dunia perbankan sejak dilanda krisis moneter tahun 1997 sangat tidak menggembirakan sampai saat ini (tahun 2001). Dan diperkirakan akan pulih kembali seperti sediakala memerlukan waktu paling sedikit 10 tahun mendatang. Ambruknya bisnis perbankan akibat kesalahan kebijakan pemerintah maupun kesalahan manajemen perbankan sendiri tidak

⁵Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta 2011). Hlm. vii

hanya merugikan dunia perbankan semata. Dampak yang lebih besar adalah mandeknya kehidupan disektor riil akibat kekurangan suplai dari dunia perbankan. Oleh karena itu, untuk mencegah atau paling tidak dapat memberikan nafas kehidupan kepada sektor riil sambil menunggu pulihnya dunia perbankan maka perlu dicarikan alternatif pembiayaan lainnya.⁶

Melihat demikian kompleks nya permasalahan ekonomi makro dan juga mikro kita, yang disebabkan telah bergulirnya globalisasi ekonomi, gerakan BMT dalam wadah koperasi baik dalam bentuk koperasi simpan pinjam syari'ah (KSPS) maupun koperasi jasa keuangan syari'ah (KJKS), atau juga unit jasa keuangan syari'ah (UJKS) rasanya sangat tepat untuk menghadapinya.⁷

Perlunya keterlibatan perbankan dan koperasi dalam upaya pemberdayaan usaha mikro dan kecil tersebut, didasarkan pada upaya memperbesar akses usaha mikro dan kecil terhadap sumber-sumber pembiayaan bagi usahanya. Seiring dengan upaya peningkatan akses terhadap sumber-sumber pembiayaan tersebut, yang dibarengi dengan semakin meningkatnya tuntutan masyarakat akan adanya pelayanan pembiayaan bagi usaha mikro dan kecil dengan pola syari'ah, maka pegiat BMT dituntut untuk memenuhinya secara konsisten. Dari sini jelas peran pemerintah dalam memfasilitasi dan memperluas akses permodalan bagi usaha mikro dan kecil melalui sistem syari'ah sangat

⁶ Ibid, Hlm. Ix

⁷ Ibid Hlm. 8

dibutuhkan. Realitasnya hal tersebut dilakukan dengan peraturan menteri KUKM No. 91 yaitu dalam wadah KJKS dan UJKS.⁸

Pertanyaannya, apakah realitas ini telah mampu menghadapi arus globalisasi sebagaimana pembahasan diawal bagian tadi? Jawabannya tentu belum, namun bukan berarti tidak. Ini merupakan salah satu cara dalam memperkuat struktur permodalan KJKS dan UJKS sebagai lembaga keuangan mikro yang dimiliki dan berada di lingkungan masyarakat yang kemudian diharapkan dapat meningkatkan fungsi dan perannya dalam memberdayakan usaha mikro anggotanya, yang ujungnya juga mampu menghadapi arus globalisasi tersebut. Karena realitas ini belum mampu menjawab sepenuhnya, maka peranan pegiat BMT dalam bentuk KSPS, KJKS dan UJKS masih sangat diperlukan. Oleh karenanya, bagi pegiat BMT, akan nampak keseriusannya apabila telah memenuhi badan hukum yang sah tersebut, yaitu dalam bentuk KSPS, KJKS, dan UJKS.

BMT (Baitul Maal Wa Tamwil) adalah salah satu jenis lembaga keuangan bukan Bank yang bergerak dalam skala mikro sebagaimana koperasi simpan pinjam (KSP). Adapun bank umum merupakan lembaga keuangan makro sedangkan bank perkreditan rakyat merupakan lembaga keuangan menengah. Dari sekian banyak lembaga keuangan mikro seperti koperasi, BKD dan lainnya, BMT merupakan lembaga keuangan mikro yang berlandaskan syariah. Selain itu, BMT juga dapat dikatakan sebagai suatu lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang bergerak dibidang keuangan. Ini disebabkan karena

⁸Ibid Hlm. 10

BMT tidak hanya bergerak dalam pengelolaan modal (uang) saja, tetapi BMT juga bergerak dalam pengumpulan *zakat, infaq dan shadaqoh* (ZIS).⁹ Ini merupakan sebuah konsekuensi dari namanya itu sendiri yaitu *bait al-maal wat tamwil* yang merupakan gabungan dari kata *baitul maal* dan *bait at tamwil*. Secara singkat, *Bait Al Maal* merupakan lembaga pengumpulan dana masyarakat yang disalurkan tanpa tujuan profit. Sedangkan *bait at tamwil* merupakan lembaga pengumpulan dana (uang) guna disalurkan dengan orientasi profit atau komersial.

BMT yang saat ini telah berjumlah ribuan diseluruh indonesia, merupakan lembaga kecil yang tumbuh dan berkembang berdasarkan dukungan masyarakat. Karena sifatnya yang mikro, maka lembaga ini sangat terkait dengan persepsi masyarakat sekitar BMT tersebut berada.

Ciri khas BMT adalah memadukan antara layanan sosial dan keagamaan yang menerapkan sistem yang diajarkan oleh Rosulullah saw dan para sahabatnya. Banyak lembaga keuangan mikro seperti BMT yang tersebar ke berbagai pelosok tanah air, rupanya belum mencapai kondisi yang ideal jika diamati secara teliti. Hal ini nampak dari banyaknya lembaga keuangan mikro hanya mengejar target pendapatan masing-masing, sehingga tujuan besar sering terlupakan yaitu perkembangan ekonomi masyarakat bawah. Padahal lembaga keuangan mikro mempunyai posisi strategis dalam mengembangkan ekonomi masyarakat bawah.

⁹ Ibid Hlm. 15&31

Kualitas pelayanan (*service Quality*) BMT yang baik adalah pelayanan yang dapat memenuhi unsur yang ada, juga element-element kualitas yang ada dan juga keselarasan antara persepsi yang diklaim oleh lembaga BMT dengan tingkat kepuasan yang ada pada anggota ataupun calon anggotanya. Pada hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil(*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen. Sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen.

BMT Dana Insani dalam meningkatkan kualitas pelayanannya adalah dengan memberikan pelayanan seperti keluarga sendiri. Hal ini agar terasa nyaman dari anggota terhadap BMT dapat terpenuhi. Elemen-elemen kualitas pelayanan adalah *reliability*, *responsivnes*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible*. Adapun *reliability* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. *Responsiveness* (daya tanggap/ kesigapan) adalah suatu respon/ kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam menyampaikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen/pelanggan terhadap perusahaan. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual

atau pribadi kepada para pelanggan/konsumen. *Tangible* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan, personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik.¹⁰

Dari elemen-elemen pelayanan yang ada, diharapkan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh anggota BMT Dana Insani. Maka dari itu peneliti memilih judul penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di BMT (studi kasus pada BMT Dana Insani).**

B. Identifikasi Masalah

Ukuran pencapaian keputusan nasabah yang telah diuraikan di atas adalah dengan capaian pengetahuan, sikap nasabah, perilaku nasabah dan kepuasan nasabah. Bagaimana pengaruh dan seberapa besar pengaruhnya pun menjadi acuan untuk menilai perilaku nasabah dalam mengambil keputusan menjadi nasabah di BMT.

C. Batasan Permasalahan

Batasan masalah yang dimaksudkan adalah agar penelitian ini terfokus pada masalah yang dirumuskan. Batasan masalah yang diteliti maka peneliti membatasi dengan judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah (Study Kasus BMT Dana Insani), dengan faktor yang mempengaruhi adalah pengetahuan, sikap nasabah, perilaku nasabah dan kepuasan nasabah.

¹⁰Yusi Septa Prasetya, *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pelayanan di Bank Syari'ah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syari'ahn (studi kasus pada bank Syari'ah barokah dana sejahtera)*, (Yogyakarta : 2015) hlm.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian singkat latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Dana Insani?
2. Apakah sikap nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Dana Insani?
3. Apakah perilaku nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Dana Insani
4. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Dana Insani.
5. Apakah pengetahuan, sikap nasabah, perilaku nasabah dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Dana Insani?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Dana Insani.
2. Untuk mengetahui apakah sikap nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Dana Insani.
3. Apakah perilaku nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Dana Insani

4. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Dana Insani.
5. Untuk mengetahui apakah pengetahuan, sikap nasabah, perilaku nasabah dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Dana Insani.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

a. Bagi penulis

Agar dapat menambah pengetahuan penulis tentang faktor-faktor penentu keputusan menjadi nasabah di suatu BMT. Selanjutnya agar dapat mengaitkan teori dan fakta yang terjadi dilapangan.

b. Secara akademis

Agar dapat menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah. Sehingga diharapkan penelitian ini dapat dijadikan study literature untuk penelitian selanjutnya dan dapat menjadi sumber kontribusi terhadap pengembangan literatur ekonomi islam.

c. Bagi lembaga

Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi BMT Dana Insani terkait keputusan menjadi nasabah di BMT Dana Insani, sehingga BMT dapat meningkatkan jumlah nasabah.

d. Bagi Nasabah

Bagi para nasabah hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan evaluasi untuk menjadi nasabah di BMT Dana Insani dan memahami faktor yang mempengaruhinya yaitu pengetahuan, sikap, perilaku dan kepuasan nasabah.

G. Sistematika penulisan

Bab 1: Latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab 2: Landasan teori, penelitian yang relevan, kerangka berfikir dan hipotesis.

Bab 3: Metodologi Penelitian, jenis penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel, lokasi dan waktu penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data dan daftar pustaka.

Bab 4 : Analisis data dan pembahasan

Bab keempat memaparkan tentang gambaran umum responden , indeks tanggapan responden terkait kuesioner, serta membahas analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di BMT.

Bab 5 : Kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

- Sumarna Surapranata (2004). *Analisis Validitas Reliabilitas, dan Interpretasi Hasil Tes*, Bandung :PT.Remaja Rosdakarya.
- Morissan, (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : Prenada Media Group
- Zamir Iqbal dan Abbas Mirakhor (2008), *Pengantar Keuangan Islam*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Supardi (2005), *Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis*. Jakarta:
- Husein Umar (2007), *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- Umar Tirtarahardja dan S.L.La Sulo (2012), *Pengantar Pendidikan*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Danang Sunyoto (2013), *Teori, Kuesioner Dan Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Wawan, A Dan Dewi, M. 2010. *Teori Dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap Dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta : Nuha Medika
- Shirley Biagi (2010), *Media/Impact Pengantar Media Massa*, Jakarta: Salemba Humanika
- Mahi M. Hikmat (2011), *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi Dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Arikunto.S. (2010), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____,S. (2006), *Prosedur Penelitian Kuantitatif Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bima Aksara.

- _____. Suharsimi,.(2013). *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktek*.
Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono (2013),*Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2014), *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alvabeta
- _____.(2007).*Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alvabeta.
- _____. Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supradi.(2005).*Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Perss
- Aswar.Syarifudin.(2008), *Realibilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2010), *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, Soekidjo(2007). *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Indrianto Dan Bambang Supomo.(2014), *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta; BPFE
- Awan Santosa (2013), *Perekonomian Indonesia (Masalah, Potensi Dan Alternatif Solusi)*. Yogyakarta; Graha Ilmu..
- Etta Mamang Sangadji & Sofiah.(2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET
- Dhamesta, B.S. (2015). *Manajemen Pemasaran; Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPEF-Yogyakarta.
- Kanuk, S.d. (2008), *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PT. Indeks.

- Afzalurrahman.(1996). *Muhammad sebagai Seorang Pedagang*. Jakarta: Yayasan Swana Bhumi.
- Jogiyanto.(2011), *Sistem Informasi manajemen*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Paul Peter J & Olson Jerry C. (2000), *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*.Jakarta: Erlangga.
- Ibnu Syamsi. (2000),*Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Budiyono, Amirullah Haris. (2004), *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Simamora, Bilson, (2004). *Riset Perilaku Konsumen*, cet. II , Jakarta: Gramedia pustaka.
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid 2, edisi ke-8, Penerbit Erlangga, Jakarta

Skripsi dan Jurnal

- Wigayati, Sri,2011, “*Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam*” dalam *Maliyah: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 01, No. 01
- Musyafiq Hasyim (2013), *Analisis Pengaruh Pendidikan Dan Pekerjaan Terhadap Pengetahuan Produk Perbankan Syariah (Study kasusn kepala keluarga di Dukuh Krapyak Kulon, Panggungharjo,Sewon, Bantul, Yogyakarta)*.Yogyakarta.
- Angga Dwi Saputra (2016),*Analisis Pengaruh Pendidikan dan Faktor Sosial Terhadap Pengetahuan Masyarakat Tentang Bank Syariah(studi*

kasus Di Dusun Pandean Pundung Wukisari Imogiri Bantul)
yogyakarta.

Sri Giyanti,(2015),*Analisis Faktor-faktor Yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT (Studi kasus pada BMT Artha Sejahtera Yogyakarta)*. Yogyakarta

Rozaliyah, (2015), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (BMT Artha Sejahtera)*.Yogyakarta.

Internet

<https://junaidichaniago.files.wordpress.com/2010/04/tabel-f-0-05.pdf> (03-08-2016 jam 11:35 wib)

[http://eprints.undip.ac.id/44507/3/Aulia Faris Akbar P 22010110130143 Bab2 KTI.pdf](http://eprints.undip.ac.id/44507/3/Aulia_Faris_Akbar_P_22010110130143_Bab2_KTI.pdf) (pada tanggal 23 agustus 2016 jam 08:00 wib)

<http://tipsmotivasihidup.blogspot.co.id/2015/07/sikap-perilaku-dan-kepuasan-konsumen.html> (pada tanggal 23 agustus 2016, jam 08:17 wib)

<https://who21.wordpress.com/2014/11/16/proses-pengambilan-keputusan-oleh-konsumen/> (pada tanggal 23 agustus 2016, Jam 09:00 wib)